

## Communiqué de Presse

**Une étude réalisée dans 12 pays et publiée dans *Nutrients*<sup>1</sup> comparant 5 logos nutritionnels montre que le Nutri-Score est le logo le plus efficace pour aider les consommateurs à classer correctement les produits selon leur qualité nutritionnelle.**

*Par un consortium de chercheurs de l'Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle (EREN, Inserm / Inra / Cnam / Université Paris 13, Bobigny, France) et l'Université de Curtin (Perth, Australie)*

Différents formats de logos nutritionnels destinés à être apposés sur la face avant des emballages des aliments ont été mis en place par certains pays ou proposés par différents groupes de pression afin d'aider les consommateurs à réaliser des achats alimentaires plus sains. Il s'agit de logos nutriment-spécifiques ou de logos synthétiques résumant la qualité nutritionnelle des aliments.

Les logos nutriment-spécifiques, apportant une information pour certains nutriments clés, regroupent des logos purement numériques tels que les Apports de Références (ARs, appliqués à l'international par l'industrie agro-alimentaire depuis 2006), des logos utilisant un code couleur tels que les Feux Tricolores Multiples (FTM, implémentés au Royaume-Uni depuis 2004), ou encore des logos d'avertissement sanitaire comme le symbole chilien « Warning » (implémenté en 2016).

Les logos synthétiques quant à eux caractérisent la qualité nutritionnelle globale des aliments et regroupent des formats graduels comme le Nutri-Score (en France depuis 2017) et le Health Star Rating système (HSR, en Australie et Nouvelle-Zélande depuis 2014), et des logos de type « sceau d'approbation » tels que la Clé verte (en Suède depuis 1989 puis au Danemark), apposés uniquement sur les produits les plus sains de leur catégorie.

Bien que des études aient démontré que les logos nutritionnels étaient des outils efficaces pour améliorer la qualité nutritionnelle des choix alimentaires des consommateurs, la littérature suggère que l'efficacité des logos et notamment leur compréhension étaient influencées par le format graphique du logo. Peu d'études ont comparé l'efficacité de différents formats de logos nutritionnels dans un grand nombre de contextes socio-culturels différents. Alors que de plus en plus de pays ont déjà implémenté ou se posent la question d'introduire un logo comme mesure nationale de santé publique, il apparaissait d'importance majeure de comparer la compréhension objective de différents logos déjà implémentés dans le monde, au sein de différents contextes culturels, c'est à dire dans différents pays.

**La présente étude avait pour objectif d'évaluer la compréhension objective par les consommateurs de cinq logos nutritionnels actuellement utilisés dans le monde** (incluant des logos nutriment-spécifiques et résumés): Apport de Références, Feux Tricolores Multiples, Health Star System, Nutri-Score, symbole Warning), à l'aide d'un design expérimental randomisé, dans 12 pays du monde.



Au total, **12 015 participants** ont été recrutés au sein de **12 pays** (environ 1000 sujets dans chaque pays):

- Allemagne,
- Argentine,
- Australie,
- Bulgarie,
- Canada,
- Danemark,
- Espagne,
- Etats-Unis,
- France,
- Mexique,
- Royaume-Uni
- Singapour.



<sup>1</sup>Egnell M, Talati Z, Hercberg S, Pettigrew S, Julia C. Objective understanding of front-of-package nutrition labels: an international comparative experimental study across 12 countries. *Nutrients* **2018**, 10, 1542; doi:10.3390/nu10101542

A l'aide d'un questionnaire en ligne, les participants ont été invités à classer des séries de trois produits selon leur qualité nutritionnelle. Les produits de qualités nutritionnelles distinctes constituant une série étaient issus d'une même catégorie alimentaire : une série de **trois pizzas**, une série de **trois gâteaux**, et une série de **trois céréales petit-déjeuner**. Des produits fictifs, représentant une marque fictive, ont alors été créés afin de s'affranchir de certains facteurs susceptibles d'interagir avec l'évaluation du produit (e.g. familiarité, loyauté, habitudes). Pour chacun des trois produits au sein d'une série, les participants étaient invités à les classer parmi « 1 – **Meilleure qualité nutritionnelle** », « 2 – **Qualité nutritionnelle intermédiaire** », ou « 3 – **Moins bonne qualité nutritionnelle** » (une option « Je ne sais pas » était également incluse).

Les participants devaient classer la série de produits pour les trois catégories de produits successivement, tout d'abord sans logo, puis à nouveau avec l'un des cinq logos apposés sur les produits, selon le bras de randomisation. Le classement était considéré comme correct si les trois produits au sein d'une série étaient correctement classés selon leur qualité nutritionnelle. La compréhension objective du logo par les participants était mesurée en comparant les résultats des classements sans logo et avec logo, évaluant ainsi la capacité des individus à utiliser l'information apportée par le logo pour correctement classer les produits selon leur qualité nutritionnelle. La modification de la capacité des participants à classer les produits entre les conditions sans et avec logo était comparée entre les cinq logos, pour l'ensemble de l'échantillon et par pays.

Les résultats montrent que les cinq logos permettent d'améliorer le nombre de bonnes réponses aux classements des produits en comparaison à l'absence de logo, avec cependant des différences importantes selon les logos

- ✓ *Concernant les données combinées sur les 12 pays, le Nutri-Score était le logo associé au plus grand nombre de bonnes réponses, suivi des FTM, du HSR, du symbole Warning puis des ARs. Par exemple, concernant le classement des pizzas, **+47%** de bonnes réponses étaient observées avec le Nutri-Score comparé à l'absence de logo, suivi des FTM (**+30%**), du HSR (**+19%**), du symbole Warning (**+13%**), et enfin des ARs (**+12%**).*
- ✓ *Comparé aux ARs (logo avec le moins de bonnes réponses), le Nutri-Score était le logo associé avec l'amélioration la plus importante de la capacité des consommateurs à correctement classer les produits, avec un taux d'amélioration trois fois supérieur aux ARs (Odds Ratio (OR)=**3,07**), suivi des FTM (OR=**1,77**, reflétant un taux d'amélioration 1,77 fois supérieur aux ARs), du HSR (OR=**1,37**) et du symbole Warning (OR=**1,28**). Des tendances similaires étaient observées pour les trois catégories et pour chaque pays.*

**Ces résultats mettent en évidence que le Nutri-Score, qui utilise à la fois un code couleur et un indicateur résumé et graduel, apparaît comme la meilleure option pour aider les consommateurs à correctement discriminer la qualité nutritionnelle des produits, et ce dans les différents contextes socio-culturels.**

#### **Lien de téléchargement de l'article:**

Version HTML: <http://www.mdpi.com/2072-6643/10/10/1542/htm>

Version PDF: <http://www.mdpi.com/2072-6643/10/10/1542/pdf>

#### **Contact chercheur**

*Dr Chantal JULIA (MCU-PH, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153  
Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13, Hôpital Avicenne) : c.julia@eren.smbh.univ-paris13.fr,  
Tel : 01 48 38 89 53*

*Manon EGNELL (doctorante Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153  
Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13) : m.egnell@eren.smbh.univ-paris13.fr,  
Tel : 01 48 38 89 68*

*Pr Serge HERCBERG (PU-PH, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153  
Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13, Hôpital Avicenne) : hercberg@eren.smbh.univ-paris13.fr,  
Tel : 01 48 38 89 53*